

**MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI
PENGUNA INSTAGRAM DEWASA
DALAM MENGGUNAKAN FITUR INSTASTORY**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:

MAR'ATUS SHOLIAH

L 100 160 156

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PENGGUNA INSTAGRAM DEWASA
DALAM MENGGUNAKAN FITUR INSTASTORY**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

MAR'ATUS SHOLIAH

L100160156

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh

**Dosen
Pembimbing**



Rina Sari Kusuma, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIK 1103

HALAMAN PENGESAHAN

**Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Instagram Dewasa Dalam Menggunakan
Fitur Instastory**

PUBLIKASI ILMIAH

OLEH:

MAR'ATUS SHOLIHAH

L100160156

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Rabu, 10 Juni 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Rina Sari Kusuma, S.I.Kom., M.I.Kom
(Ketua Dewan Penguji)
2. Ratri Kusumaningtyas S.Pd., M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Vinisa N. Aisyah, S.I.Kom., M.I.Kom
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Dekan,



Nurgiyatna, S.T., M.Sc., Ph.D

NIK. 881

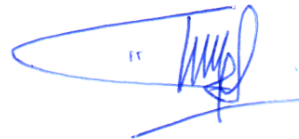
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya. .

Surakarta, 26 Juni 2020

Penulis



MAR'ATUS SHOLIHAH

L100160156

Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Instagram Dewasa Dalam Menggunakan Fitur Instastory

Abstrak

Komunikasi merupakan salah satu komponen terpenting dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi, seseorang dapat menyampaikan apa yang pesan atau informasi apa yang ia ingin sampaikan kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Internet sebagai *new media* termasuk didalamnya *Social Network Sites* (SNS) atau Media Sosial merupakan media komunikasi yang menjadi kebutuhan penting bagi manusia saat ini. Dalam komunikasi privasi tetap menjadi hal penting di dalamnya. Oleh karena itu setiap komunikator memiliki aturan pengelolaan privasinya masing-masing. Bukan hanya ketika melakukan kegiatan komunikasi secara langsung tetapi juga ketika menggunakan media komunikasi termasuk media sosial. Dalam penelitian ini dibahas bagaimana para pengguna mengelola privasinya ketika menggunakan fitur Instastory pada media sosial Instagram. Yang mana pengelolaan privasi tersebut berdasarkan pada kriteria *Communication Privacy Management (CPM)* atau Manajemen Privasi Komunikasi dan dilihat pada strategi penggunaan ketika menggunakan fitur Instastory di Instagram. Para informan cenderung memiliki alasan berbeda-beda yang melatar belakangi keputusannya untuk mengatur ulang privasinya ketika menggunakan instastory, diantaranya adalah resiko dan manfaat yang ia dapatkan ketika memutuskan untuk membuka informasi pribadinya di instastory, motivasi yang mendorong mereka untuk membagikan informasi pribadinya melalui instastory, alasan kontekstual mengapa lebih memilih platform instagram untuk membagikan informasi pribadinya, bagaimana gender akan mempengaruhi keputusan informan dalam memutuskan membagikan informasi pribadinya, dan bagaimana budaya mempengaruhi keputusan mereka dalam membagikan informasi pribadinya melalui instastory. Selain itu dalam penelitian ini juga akan dibahas bagaimana strategi para informan dalam mengelola instastory dengan menggunakan fitur-fitur instastory yang telah disediakan oleh instagram.

Abstract

Communication is one of the most important components in human life. With communication, a person can convey what messages or what information he wants to convey to others, either directly or indirectly. The internet as a new media including Social Networking Sites (SNS) or Social Media is a communication medium which is an important requirement for humans today. In communication, privacy remains important in it. Therefore, each communicator has his own privacy management rules. Not only when carrying out direct communication activities but also when using communication media including social media. In this study, it is discussed how users of their private organizations use the Instastory feature on Instagram social media. Which privacy management is based on the criteria of Communication Privacy Management (CPM) or Communication Privacy Management and is seen in the usage strategy when using the Instastory feature on Instagram. Informants tend to have different reasons behind their assistance for their privacy re-assistance when using the story, including the risks and benefits they find when deciding to open information in the instastory, the motivation that encourages them to share information through stories, contextual reasons why prefer the Instagram platform to share information, how gender will influence informants in deciding information, and how culture influences their decisions in information through stories. In addition, this study will also discuss the strategies of the informants in the organization by using the instastory features provided by Instagram.

1. PENDAHULUAN

Kemunculan media membawa pengaruh besar bagi kehidupan manusia. Terutama dalam hal komunikasi. Media sosial membuat manusia menjadi lebih mudah untuk berkomunikasi dengan siapapun dari berbagai penjuru dunia. Orang seringkali menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial yang salah satunya adalah Instagram (Alhabash & Ma, 2017). Setiap orang memiliki tujuan yang bervariasi ketika menggunakan internet, dari urusan pekerjaan, bisnis, komunikasi, hiburan, hingga urusan pribadi (Kusuma, 2017). Instagram adalah aplikasi seluler berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter pada mereka, dan membaginya di platform itu sendiri, serta platform lainnya seperti Facebook dan Twitter (Alhabash & Ma, 2017; Stec, 2015).

Seiring berjalannya waktu, perkembangan media sosial diiringi dengan kemunculan fitur-fitur yang ada. Di mana fasilitas atau fitur-fitur ini lah yang membuat penggunaan media semakin beragam. Salah satunya adalah kemunculan fitur *Instastory* pada Instagram. Fitur *Instastory* dengan segala fasilitasnya membuat penggunaan media sosial Instagram semakin bervariasi. Kini media sosial bukan hanya digunakan untuk berkomunikasi, namun pengguna dapat mengunggah apapun yang ia inginkan kapan saja, seperti mengekspresikan perasaannya, atau mengunggah apa yang sedang ia lakukan saat.

Fitur *Instastory* pada Instagram menjadi menarik bagi penulis untuk diteliti karena ia berbeda dengan fitur feed pada Instagram yang biasa digunakan untuk mengunggah foto ataupun video. Hal ini dikarenakan fitur *instastory* hanya memiliki masa berlaku 24 jam sedangkan masa berlaku feed unggahan Instagram berlaku selamanya sampai unggahan tersebut dihapus oleh pengguna atau pihak Instagram karena melanggar ketentuan kebijakan. Dengan kata lain pengguna memiliki batas waktu untuk mengelola privasinya dalam pengunggahan konten di fitur *Instastory*.

Namun pengguna seringkali lupa bahwa internet termasuk media sosial di dalamnya memiliki sifat *hyperpersonal*. Sifatnya yang *hyperpersonal* ini sendiri memiliki beberapa dimensi, diantaranya yaitu penerima, pengirim, *channel* (karakteristik *channel*), dan *Feedback* (Walther et al., 2015). Terlebih para pengguna yang sedang dalam masa dewasa muda atau pada rentang usia 18 hingga 24 tahun yang mana mereka sedang dalam masa memperluas jaringan

dengan teman sebaya dalam rangka membentuk konsep diri diri dan interaksi dalam diri mereka (Theipel, 2015). Pada usia tersebut hubungan pertemanan mereka berubah dan berorientasi lebih efektif dan membentuk sebuah kelompok sendiri (Theipel, 2015). Saluran CMC ataupun Internet dan media sosial memiliki karakteristik yang cenderung sangat minim akan isyarat non verbal dan terkadang asinkron dengan sistem pesan sebenarnya (Walther et al., 2015). Selain itu para pengguna juga seringkali kurang berhati-hati dalam menjaga informasi pribadi atau privasi yang mereka miliki.

Sedangkan privasi sendiri dideskripsikan melalui tipologi milik Roger Clark dan Judith Wagner DeCew. Pada dimensi pertama pada tipologi milik Clark, privasi dikaitkan dengan integritas tubuh milik orang pemilik privasi tersebut, sehingga disebut privasi orang, sedangkan pada dimensi kedua disebut privasi label pribadi yang mana dimensi tersebut mencakup semua perilaku, tetapi lebih khusus area sensitif seperti preferensi seksual dan praktik keagamaan. DeCew merujuk pada dimensi privasi ini sebagai privasi aksesibilitas yang memungkinkan seseorang melakukan pengasingan untuk perilaku yang secara sosial didefinisikan sebagai pribadi seperti aktivitas seksual dan kamar mandi. Dimensi ketiga, menurut Clark, adalah privasi komunikasi pribadi atau "privasi intersepsi," yang memungkinkan orang untuk berkomunikasi di antara mereka sendiri, melalui berbagai bentuk media, bebas dari pengawasan atau pemantauan oleh orang lain. Pada dimensi keempat memungkinkan individu mencegah terjadinya transmisi otomatis data mereka ke individu atau kelompok lain sehingga disebut "privasi informasi". (Beldad et al., 2011)

Para pengguna mengungkapkan informasi tentang diri mereka baik secara sengaja maupun tidak sengaja di situs jejaring sosialnya (Gross et al., 2005; Pitkänen & Tuunainen, 2012). Diidentifikasi ada tiga kelompok yang memiliki kepentingan yang berbeda yang memiliki akses ke informasi pribadi peserta dalam jejaring sosial online: yang pertama adalah layanan hosting yang dapat menggunakan dan memperluas informasi dengan cara yang berbeda., jaringan, dan pihak ketiga. Layanan hosting tentu saja memiliki yang kedua adalah jaringan yang merupakan tempat bertahannya informasi para pengguna. Yang ketiga adalah pihak ketiga yang dapat mengakses informasi pengguna tanpa kolaborasi langsung dari layanan (Gross et al., 2005; Pitkänen & Tuunainen, 2012). Kemudahan bergabung dan memperluas jaringan seseorang, dan kurangnya

langkah-langkah keamanan dasar (seperti kriptografi protokol untuk menyediakan komunikasi aman di Internet) di sebagian besar layanan jejaring sosial membuatnya mudah juga untuk tindak kejahatan dari pihak ketiga, seperti pencuri identitas, untuk mengakses dan mengeksploitasi informasi pengguna (Gross et al., 2005; Pitkänen & Tuunainen, 2012).

Namun bukan tidak mungkin untuk para penggunanya tetap bisa menjaga privasinya di media sosial tanpa khawatir menimbulkan konflik dengan sesama penggunanya, terutama dengan teman-temannya. Masalah privasi menjadi faktor terpenting dalam menjelaskan manajemen privasi, baik di tingkat pribadi dan antarpribadi (De Wolf, 2019).

Privasi dideskripsikan ke dalam 4 dimensi yaitu fisik, interaksi, psikologis, dan informasi kepada diri atau kelompok seseorang. Privacy dideskripsikan sebagai kemampuan untuk mengendalikan dan membatasi akses fisik, interaksi, psikologis, dan informasi kepada diri atau kelompok seseorang (Burgoon et al., 1989). Dimensi fisik privasi didefinisikan sebagai tingkat aksesibilitas seseorang kepada orang lain. Dengan kata lain dimensi merupakan kebutuhan biologis untuk ruang pribadi (Zabihzadeh et al., 2019). Dimensi interaksional atau sosial mewakili upaya dan kemampuan seseorang untuk mengendalikan aspek komunikasi sosialnya (Zabihzadeh et al., 2019). Hal ini dapat dialami oleh individu atau kelompok ketika mereka dapat mengendalikan siapa, apa, kapan, dan di mana mereka bertemu dengan orang lain (Burgoon et al., 1989). Demikian pula, dimensi psikologis didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengendalikan input dan output kognitif dan afektif dalam tindakan komunikasi sosial dan sebagai yang tepat untuk menentukan siapa yang berada dalam keadaan yang berbagi pemikiran dan informasi pribadi seseorang (Zabihzadeh et al., 2019). Terakhir, dimensi informasi mengacu pada hak individu untuk menentukan bagaimana, kapan, dan sejauh mana memberikan informasi pribadi kepada orang lain atau ke organisasi tertentu (Zabihzadeh et al., 2019).

Teori yang akan digunakan adalah teori manajemen di mana teori tersebut merupakan teori kompleks yang membahas mengenai ketegangan antara keterbukaan dan privasi antara publik dan pribadi (Littlejohn, Stephen W., Karen A Foss, 2017). Menurut Sandra Petronio, Individu yang terlibat dalam sebuah hubungan terus menerus mengelola batasan antara public dan pribadi, antara perasaan dan pikiran mereka bersedia untuk berbagi informasi pribadi dengan

orang lain atau tidak. Namun terkadang batasan itu juga tidak dapat ditembus untuk dibagikan. Dan batasan tersebut akan berubah sesuai dengan keadaan yang ada, apakah ia akan menutup atau membuka. Hal tersebut memiliki hak untuk dinegosiasikan kapan, di mana, dan bagaimana informasi itu diungkapkan (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2017). Dengan teori *Communication Privacy Management* akan diketahui bagaimana pengguna Instagram mengelola keterbukaan privasinya pada saat membagikan unggahan kesehariannya menggunakan fitur *Instastory*. Teori ini melihat bahwa seseorang dapat menentukan apakah informasi yang ia miliki dapat diakses oleh orang lain atau tidak. Menurut Sandra Petronio kepemilikan privasi mengacu pada siapa yang memiliki informasi mengenai orang tersebut. karena ketika seseorang mengungkapkan informasi mengenai dirinya kepada orang lain, maka informasi atau privasi tersebut menjadi milik bersama dan memiliki hak untuk dinegosiasikan seperti kapan, di mana, dan bagaimana ia ingin mengungkapkan privasinya kepada orang lain (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2017).

Dalam *Computer-Mediated Communication* (CMC), komunikator memiliki control yang jauh lebih besar dalam merancang, mengungkapkan, atau menyembunyikan suatu hal. Komunikator dapat meningkatkan control dalam mengelola identitasnya sendiri dan menjaga identitas orang lain. Internet memungkinkan pengguna membentuk dan menciptakan pesan sesuai dengan kesan yang mereka ingin ciptakan. Hal ini dikarenakan pengguna dapat mengedit segala sesuatu diinternet sesuai dengan apa yang ingin mereka ungkapkan (Adler & Rodman, 2006). Dalam hal ini termasuk ketika kita ingin mengelola informasi mengenai informasi pribadi diri kita. Audiens seringkali menganggap bahwa apa yang ditampilkan di jejaring sosial tidak sinkron, hal ini mengakibatkan pengguna dipaksa untuk terlibat dalam manajemen kesan bahkan ketika mereka tidak tau apa yang akan mereka tunjukkan dan bersaing dengan audiens yang tidak terlihat (Boyd, 2008).

Menentukan dan mengelola batas-batas public dan privasi menjadi cukup sulit dalam masyarakat jaringan, terutama ketika seseorang termotivasi untuk mempublikasikan sesuatu yang tampaknya pribadi atau ketika teknologi mempersulit kemampuan orang untuk mengontrol akses dan visibilitas yang mana hal-hal tersebut dikarenakan audience yang dihasilkan oleh media cenderung bersifat umum (Boyd, 2008). Sedangkan dengan mengetahui audiens akan

memnghindarkan dari kerumitan yang dihadirkan oleh jaringan public, sehingga area informasi bisa menjadi sangat privasi dan juga bisa menjadi sangat umum di saat yang bersamaan, sehingga membuat pengguna menjadi lebih berhati-hati (Boyd, 2008).

Teori CPM berpendapat bahwa terdapat lima kriteria yang membuat orang memutuskan untuk mengungkapkan keterbukaan dirinya dan privasinya (Liu & Wang, 2018; Petronio, 2002). Yang pertama, individu akan menggunakan pertimbangan Risiko untuk dapat memutuskan apakah akan mengungkapkan informasinya atau tidak (Liu & Wang, 2018; Petronio, 2002). Adanya manfaat tambahan dan imbalan sosial yang tidak berwujud yang diperoleh dari interaksi dengan orang lain akan membuat seseorang memutuskan apakah ia akan untuk membuka informasi pribadinya. Selain itu hal tersebut juga akan membuat seseorang untuk mengevaluasi risiko privasi yang ada, melakukan kontrol privasi, dan imbalan sosial. Ketika hasilnya dapat diterima, maka individu akan mengungkapkan informasi mengenai dirinya, apabila tidak, maka informasi mengenai Risiko privasi yang mereka ungkapkan (Liu & Wang, 2018).

Yang kedua, Teori CPM berpendapat bahwa konteks akan mempengaruhi bagaimana aturan privasi dibuat dan diubah (Liu & Wang, 2018; Petronio, 2002). Di Amerika Serikat, pengguna situs jejaring sosial perlu lebih memperhatikan potensi negative hasil dari pengungkapan diri mereka dan memahami bagaimana mereka melindungi privasi mereka. Dari sinilah para pengguna situs jejaring sosial mengetahui bagaimana mengatur privasi dan mengontrol privasi untuk dapat berinteraksi dengan orang lain melalui situs jejaring sosial (Liu & Wang, 2018).

Yang ketiga, Teori CPM mengusulkan bahwa faktor motivasi juga akan mempengaruhi bagaimana seseorang membuat sebuah pengaturan batas privasi (Liu & Wang, 2018; Petronio, 2002). Bagi pengguna situs jejaring sosial, imbalan sosial memiliki efek positif terhadap niat seseorang untuk mengungkapkan informasi pribadinya. Sehingga penyedia layanan situs jejaring sosial perlu menyediakan layanan yang dapat mendukung pengguna situs jejaring sosial mendapatkan imbalan sosial yang lebih banyak hasil dari interaksi melalui situs jejaring sosial. Dengan menyediakan pengaturan yang efektif, maka penyedia situs jejaring sosial akan memudahkan pengguna untuk mengkoordinasikan batasan-batasan privasi mereka dan mendapatkan imbalan sosial yang lebih

optimal. Selain itu, hak tersebut juga akan mengantisipasi penyalahgunaan informasi yang diungkapkan oleh pengguna (Liu & Wang, 2018).

Yang keempat, jenis kelamin juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan pengaturan batas privasi (Liu & Wang, 2018; Petronio, 2002). Secara spesifik, pria dan wanita memiliki perspektif yang berbeda terkait penjagaan privasi yang mereka miliki (Liu & Wang, 2018; Petronio, 2002).

Yang kelima, budaya juga memiliki nilai yang menjadi dasar atas pembentukan batas-batas aturan privasi (Liu & Wang, 2018; Petronio, 2002). Budaya akan membentuk ekspektasi privasi yang akan dimiliki oleh individu (Liu & Wang, 2018; Hunter 2011). Seperti di China. China merupakan negara yang memiliki budaya kolektivitas yang tinggi sehingga penyedia layanan situs jejaring sosial perlu memfasilitasi penggunaannya untuk tetap berada dalam norma yang sesuai, yaitu bagaimana cara memperlakukan orang lain beserta informasi yang diungkapkannya (Liu & Wang, 2018). Lain halnya dengan Amerika yang memiliki budaya kolektivitas rendah. Penyedia layanan situs jejaring sosial di Amerika perlu menawarkan pengaturan privasi yang lebih efektif yang membantu penggunaannya menangani informasi dan privasi yang diungkapkan lebih baik lagi.

Sebelumnya, pernah dilakukan penelitian serupa, di antaranya pada penelitian *“Who’s my audience again? Understanding audience management strategies for designing privacy management technologies”* (De Wolf & Pierson, 2014). Penelitian ini menemukan beberapa hasil diantaranya mengenai strategi yang dilakukan oleh para pengguna facebook dalam memanajemen siapa audiens mereka saat mereka ingin mengunggah sesuatu. Pada penelitian ini, ditemukan bahwa para pengguna facebook seringkali mengategorikan audiensnya berdasarkan komunitas yang diikutinya namun pada saat yang bersamaan mereka juga mengelompokkan audiensnya berdasarkan siapa teman dekatnya di kehidupan nyata. Dalam strateginya mengategorikan audiens, para pengguna mengetahui bahwa ada orang-orang tertentu dalam suatu kelompok yang lebih dapat mereka percayai dibanding dengan yang lainnya. Selain itu visualisasi para audiens yang ada pada daftar pertemanannya juga akan membantunya dalam memilih audiens dalam rangka meningkatkan privasinya (De Wolf & Pierson, 2014).

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Jeffrey T. Child, dkk. Dengan judul *“Young Adults’ Management of Privacy on Facebook with Multiple Generations*

of Family Members”. Pada penelitian ini ditemukan bahwa para pengguna Facebook memiliki cara yang unik dalam menggunakan Facebook ketika berinteraksi dengan keluarganya yang berbeda generasi. Mereka akan lebih terbuka dan lebih sering berkomunikasi menggunakan Facebook dengan saudara mereka dibanding dengan orang tua atau kakek-nenek mereka. Hal ini disebabkan karena para pengguna Facebook memiliki kekhawatiran tersendiri ketika kakek-nenek mereka dapat melihat mereka berdasarkan informasi terbatas yang mereka buat di Facebook. Mereka memiliki keinginan untuk lebih dihargai oleh kakek-nenek mereka sehingga mereka memberlakukan batas privasi yang lebih tebal terkait komunikasi yang terjadi di Facebook. Para pengguna Facebook juga memainkan peran sebagai orang tua dengan mengajarkan bagaimana cara berinteraksi dengan tepat dan menghindari gangguan privasi di Facebook dengan penggunaan pesan sosialisasi lintas generasi di dalam keluarga. Sebab dari beberapa itulah para pengguna facebook akan lebih terbuka dalam menggunakan manajemen privasi mereka dengan saudaranya dibanding dengan orang tua atau kakek neneknya yang memungkinkan mendapat lebih sedikit informasi dari pesan atau unggahan dari para pengguna facebook tersebut (Child et al., 2015).(Child et al., 2015).

Penelitian ketiga yang serupa berjudul *“Privacy Management Among Social Media Natives: An Exploratory Study of Facebook and Snapchat”* (Hollenbaugh, 2019). Pada penelitian ini ditemukan bahwa ukuran keragaman yang menjadi masalah utama manajemen privasi lebih besar di Facebook dibanding Snapchat. Hal inilah yang menyebabkan para pengguna cenderung lebih terbuka dalam mengelola privasinya ketika menggunakan Snapchat dibandingkan ketika menggunakan Facebook (Hollenbaugh, 2019).

Dari ketiga penelitian tersebut, penulis menemukan beberapa kesamaan. Di antaranya adalah ketiga penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan sama-sama meneliti bagaimana para pengguna media sosial memanajemen privasinya saat menggunakan fitur-fitur yang ada di media social. Selain itu juga sama-sama mencari tahu dan mengulas masalah apa yang melatarbelakangi cara manajemen privasi yang digunakan oleh pengguna media social. Dibalik kesamaan tersebut tentu saja terdapat pembeda, yaitu apabila ketiga penelitian tersebut masih menggunakan fitur media social yang sifatnya bertahan lama, akan penelitian

yang akan dilakukan penulis menggunakan fitur Instastory yang sifat waktunya terbatas hanya selama 24 jam.

Hal ini menjadi penting diteliti untuk mengetahui bagaimana para pengguna aktif Instagram dalam mengelola informasi pribadinya dibalik sifat media yang *hyperpersonal*. Dari berbagai penjabaran diatas dapat dirumuskan masalah untuk penelitian ini, yaitu, “Bagaimana para pengguna Instagram mengelola informasi pribadi mereka dalam menggunakan fitur Instastory?”

2. METODE

Permasalahan manajemen privasi dalam penggunaan media sosial seringkali terjadi pada remaja yang sedang dalam masa paling aktif menggunakannya. Oleh karena itu metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Di mana peneliti akan mendeskripsikan bagaimana para pengguna usia dewasa muda mengelola privasinya saat menggunakan fitur *instastory*.

Sample akan dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling dengan populasi pengguna aktif Instagram dengan sample pengguna aktif Instagram dengan kriteria

- a. aktif menggunakan *instastory* setidaknya satu kali dalam sehari.
- b. Berada di wilayah Surakarta

Informan akan diberikan tabel yang nantinya akan mereka isi siapa saja yang menjadi audiens mereka berdasarkan topik-topik tertentu yang telah disediakan. Hal ini dilakukan dalam rangka memudahkan para responden memberikan informasi mengenai bagaimana cara mereka mengelompokkan audiensnya dalam rangka manajemen privasi mereka ketika menggunakan *instastory*.

Setelah data berhasil dikumpulkan, maka data akan dianalisis dengan melalui beberapa tahap sebagai berikut :

- a. Reduksi data : Pada penelitian ini, data yang telah dikumpulkan akan dipilih data mana yang dapat digunakan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan mengenai manajemen privasi komunikasi ketika menggunakan *instastory*. Pada tahap selanjutnya akan dilakukan pengkodean dengan menggunakan tabel. Tabel tersebut berisi poin-poin yang berkaitan dengan teori yang digunakan, yaitu 5 kriteria CPM dan strategi yang digunakan informan dalam manajemen privasinya. Data

yang telah dikumpulkan, akan dipilah dan dimasukkan ke dalam tabel sesuai dengan pengelompokannya. Pada saat melakukan wawancara, penulis juga melakukan perekaman suara selama wawancara berlangsung, rekaman tersebut dibuat menjadi transkrip sesuai yang dikatakan oleh narasumber untuk mempermudah penulis dalam memilah data yang diperlukan untuk penelitian ini. setelah data dipilah-pilah dan dimasukkan ke dalam tabel, selanjutnya data akan dipilih ulang dengan menyesuaikan dengan kategori yang telah dibuat dan teori yang digunakan. Nama informan akan dilabeli dengan simbol tertentu seperti nomor dan kode huruf seperti huruf A untuk informan pria dan B untuk informan wanita untuk memudahkan ketika menyajikan data.

- b. Penyajian Data : penyajian data dilakukan dalam bentuk naratif dengan mendeskripsikan cara para pengguna manajemen privasinya dalam menggunakan instastory berdasarkan kategori yang telah dibuat. Kategori yang dibuat antara lain berdasarkan pada 5 kriteria CPM dan strategi yang digunakan oleh informan dalam manajemen privasinya ketika menggunakan instastory. Data akan disajikan dalam bentuk deskripsi bersama pembahasan yang didasarkan pada teori yang digunakan dan data akan dicantumkan dengan bentuk kutipan langsung ataupun tidak langsung
- c. Penarikan Kesimpulan Data : penarikan kesimpulan data dilakukan dengan memverifikasi data yang telah diperoleh dengan kenyataan yang ada yang dilihat dari konten instastory yang diunggah.

Data yang telah dianalisis maka akan dilakukan validasi data berdasarkan sumber data seperti hasil wawancara atau dokumentasi konten yang diunggah dalam akun Instagram responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan oleh narasumber dalam melakukan manajemen privasi ketika menggunakan fitur Instastory.

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara terhadap enam informan yaitu :

No	Nama	Usia	Status
1A	Sam'an Alghozy	23 Tahun	Mahasiswa
2A	Rafanda	23 Tahun	ASN (Guru SMP)
3B	Zahra Audi A	21 Tahun	Mahasiswa
4A	Apri Yustiyanto	22 Tahun	Karyawan Swasta
5B	Fari Mila Mawarto	21 Tahun	Karyawan Swasta
6B	Aprilia Ayu Savira	20 Tahun	Mahasiswa
Keterangan		A : Pria	B : Wanita

Tabel 3.0 Keterangan kode penyebutan responden

Pemilihan keenam informan tersebut disebabkan karena penulis merupakan follower sari keenam informan tersebut sehingga penulis mengetahui konten yang biasanya diunggah oleh keenam informan tersebut. Sese kali penulis juga dimasukkan sebagai salah satu daftar teman dekat dari informan, hal inilah yang menyebabkan penulis ingin mengetahui strategi yang digunakan oleh informan dalam manajemen privasinya ketika menggunakan instastory. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dari keenam responden tersebut mengenai bagaimana mereka melakukan manajemen privasi (*Communication Privacy Management*) ditemukan adanya kriteria aturan privasi dan strategi yang dilakukan oleh responden dalam manajemen privasinya.

3.1 Kriteria Manajemen Privasi Komunikasi

Setidaknya ada lima kriteria CPM yang melatar belakangi keputusan narasumber dalam mengunggah informasi pribadi mereka melalui Instastory.

3.1.1 Kriteria Risiko dan Manfaat

Kriteria yang mengacu pada perhitungan Risiko dan manfaat yang mungkin muncul setelah pengungkapan informasi pribadi (McKenna-Buchanan et al., 2015). Pada penelitian ini kriteria Risiko berdasarkan pada Risiko apa yang dipertimbangkan oleh responden dalam membagikan informasi pribadinya melalui

instastorynya kepada audiens mereka. Namun Risiko yang dipertimbangkan bergantung pada topik apa yang mereka bagikan kepada audiens mereka. Setidaknya ditemukan ada beberapa Risiko yang menjadi pertimbangan informan dalam mengelola privasinya sebelum akhirnya memutuskan untuk mengunggah konten di Instastory mereka.

Yang pertama adalah data pribadi yang akan disalahgunakan. Identitas pribadi yang dimaksud di sini adalah informasi pribadi yang meliputi *password*, nomor identitas, dan sebagainya. Komisaris perlindungan data Jerman mengatakan bahwa Sekalipun teknologi dan sistem informasi adalah bagian dari kehidupan sehari-hari bagi kebanyakan orang di negara maju, sistem informasi dan komunikasi modern sangat kompleks dan dapat membingungkan: para pengguna umumnya tidak tahu seperti apa data yang dikumpulkan tentang mereka, berapa banyak, di mana akan disimpan, berapa lama akan bertahan, dan akan digunakan untuk apa (Pitkänen & Tuunainen, 2012). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa data yang diunggah melalui perangkat sistem informasi dan komunikasi modern seperti media sosial sangat tinggi tingkat kerawannya. Hal tersebut banyak disadari oleh para pengguna media sosial. Seperti halnya yang disampaikan oleh informan 6B. Ia merasa bahwa data pribadi kependidikannya akan sangat berisiko ketika dibagikan sehingga ia memutuskan untuk tidak membagikan data pribadinya di media sosial. Informan 6B mengungkapkan :

“Kalau dari aku pribadi, kalo mau ngeshare soal akademik tu jarang banget tak kasih hal-hal yang berisiko kayak yang ada nomor mahasiswa atau password, gitu nggak aku post...”

Setelah informasi dibagikan kepada orang lain, maka informasi tersebut menjadi milik bersama (De Wolf, 2019). Hal ini memungkinkan informasi dan data pribadi dapat disalahgunakan oleh siapapun tanpa sepengetahuan pemilik privasi. Hal ini disebabkan karena dalam situs jejaring sosial audiens yang biasanya dibedakan dalam lingkungan offline akan digabung menjadi satu kelompok pemirsa yang besar, sehingga sulit untuk mengetahui siapa yang memiliki akses dan kontribusi terhadap orang lainnya di SNS (De Wolf & Pierson, 2014).

Yang kedua adalah adanya presentasi diri yang tidak diinginkan. Yang dimaksud di sini adalah Risiko yang terdapat pada persepsi audiens, atau bagaimana audiens akan memandang informan ketika ia membagikan mengenai

informasi pribadinya melalui instastory, seperti yang diungkapkan oleh informan 2A :

“...kadang kalau masalah pribadi di share kan orang-orang taunya aib-aib yang kurang bagus, jadi lebih baik di keep sendiri karena kan orang cenderungnya negative thinking.”

Membagikan informasi pribadi yang berkaitan dengan masalah-masalah pribadi memungkinkan menimbulkan presentasi diri yang tidak diinginkan dari audiens terhadap informan. Hal ini disebabkan karena lingkaran sosial memiliki ekspektasi peran yang tidak konsisten, individu perlu beralih ke peran yang sesuai ketika berinteraksi di dalam lingkup sosial tertentu (Liu & Wang, 2018). Sehingga seringkali informan lebih memilih zona aman dengan tidak membagikan masalahnya melalui instastory agar tak melanggar ekspektasi apapun di dalam lingkup sosial SNS yang sangat beragam.

Selain mempertimbangkan Risiko, pengguna juga mempertimbangkan manfaat apa yang dapat ia ambil ketika ia dapat mengelola privasinya di Instastory. Altman dan Taylor berpendapat bahwa setiap orang memiliki sistem yang sangat terorganisir mengenai informasi pribadi yang diketahui oleh dirinya sendiri dan orang lain (Littlejohn, Stephen W., Karen A Foss, 2017). Hal ini seperti yang dikatakan oleh informan 1A di mana ia menyampaikan bahwa ketika mengunggah konten melalui instastory ia dapat menemukan audiens atau orang yang lebih memahami cara berpikirnya dengan mudah informan 1A akan merasa lebih nyaman ketika membagikan informasi pribadinya.

Selain itu, ia juga mengakui jika ia akan mendapatkan pengakuan ketika ia membagikan konten instastorynya secara general. Namun dari pengelolaan privasi dengan memilih siapa audiensnya, ia akan merasa lebih nyaman dalam mengungkapkan informasi pribadinya

3.1.2 Kriteria Motivasi

Kriteria motivasi paling baik dipahami sebagai internal motivasi untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi (McKenna-Buchanan et al., 2015). Di sisi lain faktor motivasi juga mempengaruhi batas aturan informasi (Petronio, 2002). Karena itulah setiap pengaturan privasi oleh informan menjadi berbeda-beda sesuai dengan apa yang mendorongnya untuk memutuskan mengunggah informasinya di Instastory.

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa motivasi yang melatarbelakangi keputusan informan untuk mengungkapkan informasi pribadi tentang diri mereka melalui instastory.

Yang pertama adalah adanya presentasi diri yang ideal. Presentasi yang dimaksud di sini adalah bagaimana informan ingin dipandang oleh audiensnya. Seperti informan 6B yang memiliki motivasi untuk menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang mahasiswa yang aktif dalam perkuliahan sehingga ia memutuskan untuk membagikan aktivitas kesehariannya selama dibangku perkuliahan yang meliputi kegiatan perkuliahan sehari-hari dan progress perkuliahan miliknya.

Perilaku pengungkapan informasi pribadi memiliki banyak faktor pendorong yang memotivasinya. Salah satunya ketika mereka ingin memegang kendali dengan mengungkapkan informasi tertentu namun di sisi lain mereka juga ingin mendapatkan klarifikasi diri melalui pengungkapan mengenai dirinya tersebut (Petronio, 2002).

Hal tersebut juga diungkapkan oleh informan 2A yang memiliki motivasi selain ingin berbagi informasi mengenai dunia akademik, dirinya ingin mempertegas identitas sebagai tenaga pendidik dan dirinya merasa memiliki amanah sebagai tenaga pendidik dengan membagikan segala informasi yang berkaitan dengan dunia pendidikan.

Dikarenakan adanya motivasi tersebut, informan 2A dan informan 6B tidak membatasi dalam memilih audiensnya ketika mengunggah informasi-informasi tertentu melalui instastory mereka.

Yang kedua adalah keinginan agar orang-orang disekitar informan lebih dipahami oleh orang-orang sekitar. Hal ini diungkapkan oleh informan 6B yang mana salah satu alasan dan motivasi informan 6B memutuskan untuk membagikan informasi pribadinya yang bersangkutan dengan kondisi fisik adalah agar orang-orang disekitarnya dapat lebih memahami kondisi fisiknya terutama ketika dalam keadaan tidak baik-baik saja. Di sini ia menuturkan bahwa ketika mengalami masa haid hari pertama, maka kondisi fisiknya akan berubah menjadi tidak baik-baik saja. Pada saat inilah ia memutuskan untuk membagikan keluhannya melalui instastory hanya dengan orang-orang tertentu agar dapat lebih memahami kondisi fisiknya saat itu seperti tidak membuatnya sebagai bahan lelucon atau terlalu mengabaikannya.

3.1.3 Kriteria Kontekstual

Kriteria kontekstual mengacu pada kondisi fisik tempat seseorang dalam mengungkapkan informasi pribadinya (McKenna-Buchanan et al., 2015). Pada penelitian ini, kriteria kontekstual mengacu pada media platform yang menjadi tempat pengguna mengungkapkan informasi pribadinya. Beberapa alasan yang membuat informan memutuskan untuk memilih Instastory di Instagram sebagai platform dalam mengungkapkan informasi pribadi mereka di antaranya :

Jangkauan audiens Instagram yang cenderung luas karena pada platform Instagram pengguna dapat menjangkau bahkan orang-orang yang belum mereka kenal. SNS menjadi tempat yang banyak digunakan untuk mengungkapkan informasi pribadi yang mana pengungkapan ini dimediasi oleh komputer dan dibuat tidak hanya untuk teman dekat dan keluarga namun juga masyarakat yang lebih luas (Nardis & Panek, 2019). Seperti yang diungkapkan oleh informan 1A yang memilih Instagram dibandingkan dengan whatsapp yang sama-sama memiliki fitur story.

“Karena kontak whatsapp saya nggak banyak. Total kontak di smartphone saya itu ada sekitar 300 orang, dan yang punya whatsapp itu nggak mungkin 300. Kenapa saya platform lain (Instagram), karena saya juga berbisnis di platform itu, dan jangkauannya lebih lebar. “

Di sisi lain SNS menjadi fasilitas jaringan komunikasi yang besar dan beragam memaksa individu dalam mempertimbangkan kembali nilai dan definisi privasi dalam menggunakannya sebagai media interaksi sehari-hari (Nardis & Panek, 2019). Hal ini juga diterapkan oleh informan 1A, dimana ia menerapkan pengaturan privasi miliknya sendiri walaupun akun instagramnya tidak dalam keadaan di privat. Pada saat membagikan konten yang menurutnya riskan seperti pendapatnya mengenai isu-isu tertentu, ia akan memilah audiensnya dengan menyesuaikan audiens mana yang mendapat memahami pola pikirnya. Hal ini telah divalidasi oleh peneliti dengan melihat ke akun instagram informan 1A. Peneliti menemukan bahwa informan 1A lebih sering mengunggah instastory dengan menggunakan fitur closfriendnya

dibanding membagikan ke khalayak umum. Hal ini diketahui dikarenakan ketika pengguna hanya membagikan kepada teman dekat pilihannya, maka lingkaran pada *thumbnails* atau preview dari instastory pengguna akan berubah menjadi berwarna hijau bukan ungu kuning ketika pengguna membagikannya ke khalayak umum. Lebih lanjut informan 1A menjelaskan bahwa untuk konten-konten privasi yang ia miliki, ia lebih memilih untuk membagikan kepada *followers* atau pengikutnya melalui fitur pesan langsung atau yang biasa disebut *Direct message* karena ia merasa hanya ada satu atau dua orang yang benar-benar mengerti pribadi informan 1A.

Di sisi lain SNS juga akan menyediakan fitur sebagai fasilitas penggunaannya untuk mengelola batasan privasinya. seperti fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram. Hal tersebut diungkapkan oleh informan 6B yang mana ia merasa cenderung lebih dimudahkan karena adanya fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram sehingga ia lebih mudah dalam mengatur batasan privasinya. salah satunya adalah fitur close friend yang membantu informan 6B dalam memilih siapa saja yang dapat mengakses informasinya di Instastory. Sama halnya dengan informan 1A, informan 6B juga memiliki akun yang tidak dikunci. Namun pada saat ia menggunakan fitur instastory, ia akan mengatur privasinya kembali. Hal ini dibuktikan oleh peneliti dengan melihat secara langsung pada akun instagram milik informan 6B yang mana ia juga lebih sering membagikan kepada *closefriend* atau teman dekat yang telah ia pilih pada saat-saat tertentu. Seperti saat ia mengunggah mengenai kehalusasiannya dengan idolanya contoh saat ia mengupload idolanya dan mengklaim sebagai orang yang benar-benar dikenal. Menurutny perilaku yang demikian menjadi sangat riskan apabila dibagikan ke khalayak umum. Pasalnya konten yang sebenarnya hanya ditujukan sebagai media untuk bersenang-senang dapat dianggap menjadi hal yang serius oleh kalangan tertentu. Seperti saat keluarga mendapati konten yang memuat halusinasi informan 6B dengan idolanya, apabila wajah sang idola tidak familiar di mata keluarga informan 6B maka mereka akan benar-benar menanyakan secara detail untuk memastikan bahwa apakah idola tersebut benar-benar merupakan orang yang dikenal oleh informan 6B atau bukan, dalam konteks ini yang dimaksud dengan orang yang dikenal adalah pacar. Begitupula ketika

informan 6B mengunggah kontennya ketika ia main hingga larut malam, ia akan mengatur ulang kepada siapa ia mebagikannya. Karena jika tidak, keluarga besarnya yang tidak hidup bersamanya akan mengintrogasinya secara lebih lanjut sehingga membuatnya tidak nyaman. Hal ini juga dikatakan oleh Clark bahwa integritas tubuh individu yang meliputi perilaku di dalamnya dapat digolongkan sebagai privasi (Beldad et al., 2011)

SNS memungkinkan lebih banyak kontrol atas presentasi diri daripada komunikasi tatap muka, dan ini dapat membantu individu dalam mengatasi kekhawatiran tentang bagaimana bersosialisasi dengan orang-orang di luar lingkaran mereka (Nardis & Panek, 2019). Instagram sebagai salah satu SNS menyediakan fitur yang dapat membantu penggunaannya mengungkapkan privasi mereka tanpa mengkhawatirkan orang-orang yang berada di luar lingkaran mereka. Karena dengan fitur yang disediakan, penggunaannya dapat dengan mudah memilih dan mengatur siapa saja yang dapat mengakses privasinya di Instagram.

3.1.4 Kriteria Gender

Gender juga merupakan salah satu unsur yang melatar belakangi seseorang ketika akan memutuskan apakah ia akan mengungkapkan privasinya atau tidak. Pria dan wanita memiliki seperangkat aturan tersendiri yang berbeda mengenai pengungkapan atau penyembunyian privasi (Petronio, 2002). Hal ini disebabkan karena pria dan wanita memiliki perspektif yang berbeda mengenai aturan tersebut. Yang mana aturan tersebut didasarkan pada sosialisasi dan pandangan yang unik terhadap privasi (Petronio, 2002).

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa alasan mengapa gender juga melatar belakangi informan dalam pengaturan batas privasi mereka. dalam hal ini, informan pria cenderung tidak begitu memperhatikan siapa audies mereka. mayoritas dari mereka lebih memilih untuk tidak membagikan informasi pribadi mereka sama sekali atau membagikannya secara general tanpa memilih audiensnya secara khusus. Hal ini dilakukan oleh informan 2A dan 4A. mereka menuturkan bahwa mereka hampir tidak pernah menyaring atau memilih siapa audiens mereka ketika mereka memutuskan untuk

membagikan informasi pribadinya melalui instastory. Mereka lebih memilih untuk tidak mengunggah informasi pribadinya sama sekali dibandingkan harus memilah siapa audiensnya.

Di sisi lainnya, wanita memiliki aturan tersendiri terhadap privasinya. seperti yang dilakukan oleh informan 6B. informan B mengungkapkan bahwa ia memilah siapa audiensnya berdasarkan gender disebabkan karena adanya kesamaan pengalaman antara informan dan audiens. Dikarenakan informan 6B ini adalah seorang wanita, maka informan 6B membatasi pegungkapan privasinya hanya dengan audiens wanita saat ia memutuskan untuk mengungkapkan privasinya yang berkaitan dengan kondisi fisik seperti ketidaknyamanannya saat mengalami menstruasi hari pertama. Selain karena pria tidak mengalami hal yang sama dan dinilai sulit untuk dapat memahami kondisi yang diresahkan, berbagi mengenai ketidaknyamanan ketika mengalami menstruasi hari pertama dengan pria dianggap kurang pas. Individu berpikir bahwa gender sebagai dasar untuk merumuskan norma-norma yang khas untuk pria dan wanita, konsekuensinya, pria dan wanita akan menetapkan aturan berdasarkan perspektif khusus milik mereka tentang cara mengungkapkan atau menjaga privasi (Petronio, 2002).

3.1.5 Kriteria Budaya

Cultural atau Budaya mengacu pada nilai yang menjadi dasar atas pembentukan batas-batas aturan privasi (Liu & Wang, 2018; Petronio, 2002). Budaya akan membentuk ekspektasi privasi yang akan dimiliki oleh individu (Liu & Wang, 2018; Hunter 2011). Pada penelitian ini ditemukan bagaimana budaya di lingkungan sekitar narasumber mempengaruhi keputusan infoman untuk membagikan informasi pribadinya melalui fitur Instastory atau tidak.

Dalam anggapan budaya, status individu dikaitkan oleh faktor-faktor seperti kelahiran, kekerabatan, dan koneksi (Liu & Wang, 2018). Pada lingkungan yang menjadi tempat tinggal informan 4A memiliki pandangan bahwasannya seseorang yang lahir dan tumbuh di Jawa seharusnya lebih bisa mencintai budaya Jawa sebagai budaya aslinya dibandingkan dengan kecintaannya dengan budaya lainnya. Hal inilah yang menimbulkan adanya tanggapan-tanggapan orang di sekitar informan mengenai selera hiburan

informan yang dianggap tidak mencintai budayanya sendiri. Walaupun begitu, informan 4A tidak membuat batasan khusus akses mengenai selera hiburannya. Karena bagaimanapun juga dengan adanya globalisasi akan membuka kesempatan individu untuk melakukan interaksi dengan individu lain dengan latar belakang yang berbeda dan penggunaan teknologi baru dan perangkat seluler menghasilkan konvergensi budaya, sehingga menjadi suatu masalah jika menganggap budaya individu hanya berdasarkan negara asal mereka (Liu & Wang, 2018).

3.2 Strategi Privasi Komunikasi

Selain berdasarkan kriteria *Communication Management* (CPM) yang melatar belakangi keputusan pengguna dalam mengelola privasinya, strategi pengelolaan privasi juga dilakukan dengan penggunaan Instastory dalam platform Instagram.

Masalah privasi online merupakan masalah yang kompleks yang berkisar di antara rasa dilema pengguna yang mana mereka ingin berbagi namun di sisi lain mereka juga harus melindungi privasinya. Media sosial menciptakan ambiguitas kompleks antara ruang privat dan publik dan semakin banyak platform yang didasarkan pada pengguna yang mencantumkan rincian identifikasi pribadi (nama, alamat email, tanggal lahir, dll) (Serafinelli et al., 2019).

Untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, kemampuan untuk mengontrol opsi privasi sangat penting bagi penyedia jejaring sosial, yang mana opsi privasi tersebut harus sederhana, jelas, dan mudah digunakan. Opsi privasi ini memungkinkan pengguna untuk mengontrol penyebaran informasi pribadinya kepada orang lain. (Aldhafferi et al., 2013).

Hal ini juga dilakukan oleh penyedia jejaring sosial Instagram. Instagram menyediakan berbagai fitur yang menunjang pengguna untuk lebih leluasa dalam berbagi kepada sesama pengguna. Namun Instagram juga menyediakan fitur agar pengguna merasa nyaman ketika berbagi informasi mengenai dirinya dengan tetap dapat melakukan kontrol terhadap informasi yang ia sebar. Fitur yang disediakan diantaranya adalah adanya fitur Instastory pada Instagram yang mana pada fitur Instastory ini juga memiliki fitur khusus yang diperuntukkan agar pengguna dapat mengelola privasinya sesuai yang mereka kehendaki.

Pada penelitian ini ditemukan setidaknya dua strategi yang dilakukan oleh informan dalam mengelola privasinya ketika menggunakan fitur Instastory.

3.2.1 Menghapus Unggahan Pada Instastory sebelum 24 jam

Seperti yang kita ketahui bahwasannya fitur Instastory pada Instagram memiliki masa berlaku selama 24 jam sebelum akhirnya unggahan akan menghilang secara otomatis. Bagi sebagian pengguna, penghapusan unggahan pada Instastory sebelum 24 jam merupakan salah satu strategi dalam mengelola privasinya.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 6B

“...Kayak kemaren aku sadar aku belum bales DM tapi aku udah update story. Ato kadang salah pencet. Kadang tu kayak story ku kok main ke sini-ke sini, takut orang keganggu karena spam...”

Informan 6B mengantisipasi kemungkinan terjadinya masalah yang berkaitan dengan privasinya yang diakibatkan oleh apa yang ia unggah di Instastorynya. Seringkali perbaikan sistem manajemen privasi dilakukan dengan : memperbarui, memperbaiki, dan mengembalikan fungsi aturan privasi yang memadai (Child et al., 2015; Petronio, 2002). Dalam konteks media sosial salah satu caranya adalah dengan menghapus informasi atau konten yang diunggah sebelumnya, yang pada dasarnya menegaskan perlindungan privasi yang lebih besar (Child et al., 2015; Child & Petronio, 2011). Hal ini juga dilakukan oleh informan 6B dalam mengantisipasi timbulnya permasalahan dari konten instastory yang ia unggah, ia lebih memilih untuk segera menghapus konten Instastory miliknya walaupun masa berlakunya belum habis.

3.2.2 Menggunakan Fitur “Teman Dekat” dan “Sembunyikan Dari”

Instastory memiliki fitur lain yang dapat digunakan oleh pengguna untuk mengelola privasinya. fitur tersebut antara lain adalah teman dekat dan sembunyikan dari. Pada fitur teman dekat pengguna dapat memilih siapa saja yang dapat mengakses atau melihat konten apa yang ia unggah pada Instastory miliknya.

Pada penelitian ini, mayoritas Informan lebih memilih menggunakan fitur “teman dekat” dibandingkan fitur “sembunyikan dari” karena dianggap lebih mudah dalam penggunaannya.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 6B

“Closefriends. Soale kan itu udah tak set jadi nggak perlu milih-milihin lagi terlalu lama. Kecuali kalo konteksnya sensitive banget tak pilihin lagi.

Istilahnya ka kalo closefriend udah tak pilihin, temen sekolah, temen kuliah, keluarga inti doing. Jadi tinggal klik yang warna ijo.”

Visualisasi sederhana yang hadir dalam daftar teman juga dapat meningkatkan privasi (De Wolf & Pierson, 2014). Oleh karena itu informan membuat daftar audiens pada fitur “Teman Dekat” ketika menggunakan Instastory. Pada dasarnya seseorang mengelola banyak identitas sekaligus dalam dirinya seperti sebagai anak, kolega, dan teman. Pada SNS hal ini dapat dilakukan ketika pengguna mengelola audiens setelah menjadi daftar teman satu sama lain dalam SNS (De Wolf & Pierson, 2014). Hal ini juga berarti bahwa pengguna juga dapat mengidentifikasi identitas audiensnya sehingga ia dapat membuat daftar teman khusus ketika akan mengunggah konten pada SNS termasuk di dalamnya adalah Instastory pada Instagram. Hal ini dibuktikan oleh peneliti dengan melihat secara langsung pada akun instagram milik informan 6B yang mana ia juga lebih sering membagikan kepada *closefriend* atau teman dekat yang telah ia pilih pada saat-saat tertentu.

4. PENUTUP

Perkembangan internet termasuk di dalamnya media sosial memicu perkembangan penggunaan yang berbeda-beda pula oleh para pemgunanya, yang mana dalam penggunaannya tidak terlepas dari tujuan yang berbeda-beda pula. Begitu pula dalam penelitian ini. Para informan memiliki tujuan yang berbeda-beda ketika menggunakan instastory yang merupakan bagian dari internet itu sendiri. Dari tujuan yang berbeda, para informan juga memiliki aturan pengelolaan privasi yang berbeda juga.

Pengaturan pengelolaan privasi ini juga mereka lakukan berdasarkan lima kriteria CPM seperti Risiko dan manfaat, motivasi, konteks, gender, dan budaya. Di sisi lain para informan juga memiliki strategi tersendiri dalam melakukan pengaturan privasinya dengan memanfaatkan fitur yang disediakan dalam Instastory yaitu fitur hapus yang dapat digunakan sebelum konten menghilang setelah 24 jam, dan fitur *close friend* atau teman dekat.

Lima kriteria CPM yang melatar belakangi pengaturan privasi oleh para informan juga bergantung pada topik apa yang mereka unggah pada

Instastory dan tujuan apa yang ingin mereka capai ketika mereka mengunggah kontennya melalui instastory. Dan dalam strategi privasinya bergantung pada kondisi apa yang sedang mereka alami.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan di antaranya adalah tidak semua responden mengelola privasi dengan menggunakan fitur pada instastory, mereka lebih memilih membagikan kontennya secara umum atau tidak diunggah sama sekali. Sehingga tidak terlihat bagaimana pengaturan privasi yang dilakukan ketika menggunakan instastory. Sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan bahwa peneliti dapat menjangkau responden-responen yang memiliki aturan privasi tersendiri ketika menggunakan instastory.

5. PERSANTUNAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah subhanahu wata'ala yang telah memberikan rahmat serta kemudahan sehingga naskah publikasi dengan judul “Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Instagram Dewasa Dalam Menggunakan Fitur Instastory” dapat diselesaikan. Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya juga saya haturkan kepada Dosen Pembimbing saya, bu Rina Sari Kusuma, S.I.Kom. M.I.Kom yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan arahan dalam pengerjaan naskah publikasi ini. naskah publikasi ini saya persembahkan untuk ayah, ibu, kakak,, dan adik saya juga teman-teman saya yang telah mendukung saya selama pengerjaan naskah publikasi ini. terimakasih juga saya ucapkan kepada seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Surakarta terkhusus dosen-dosen ilmu komunikasi yang telah membimbing saya sehingga dapat mencapai titik ini. Semoga, naskah publikasi ini nantinya dapat digunakan dengan baik dalam dunia akademik maupun non akademik dan dapat turut berperan dalam pengembangan ilmu sosial terutama di bidang ilmu komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldhafferi, N., Watson, C., & Sajeev, A. S. M. (2013). *PERSONAL INFORMATION PRIVACY SETTINGS OF ONLINE SOCIAL NETWORKS AND THEIR*. 2(2), 1–17.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media and Society*, 3(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Beldad, A., Jong, M. De, Steehouder, M., Beldad, A., & Jong, M. De. (2011). *The Information Society : An International Journal A Comprehensive Theoretical Framework for Personal Information-Related Behaviors on the Internet A Comprehensive Theoretical Framework for Personal Information – Related Behaviors on the Internet. January 2015*, 37–41. <https://doi.org/10.1080/01972243.2011.583802>
- Boyd, danah michele. (2008). Taken out of context. *New England Journal of Medicine*, 359(23), 2478.
- Burgoon, J. K., Parrott, R., Le Poire, B. A., Kelley, D. L., Walther, J. B., & Perry, D. (1989). Maintaining and restoring privacy through communication in different types of relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6(2), 131–158. <https://doi.org/10.1177/026540758900600201>
- Child, J. T., Duck, A. R., Andrews, L. A., Butauski, M., & Petronio, S. (2015). Young Adults' Management of Privacy on Facebook with Multiple Generations of Family Members. *Journal of Family Communication*, 15(4), 349–367. <https://doi.org/10.1080/15267431.2015.1076425>
- Child, J. T., & Petronio, S. (2011). Unpacking the paradoxes of privacy in CMC relationships: The challenges of blogging and relational communication on the internet. *Computer-Mediated Communication in Personal Relationships*, February, 21–40.
- De Wolf, R. (2019). Contextualizing how teens manage personal and interpersonal privacy on social media. *New Media & Society*, 146144481987657. <https://doi.org/10.1177/1461444819876570>
- De Wolf, R., & Pierson, J. (2014). Who's my audience again? Understanding audience management strategies for designing privacy management technologies. *Telematics and Informatics*, 31(4), 607–616. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2013.11.004>
- Gross, R., Acquisti, A., & Heinz, H. J. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. *WPES'05: Proceedings of the 2005 ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society*, 71–80. <https://doi.org/10.1145/1102199.1102214>
- Hollenbaugh, E. E. (2019). Privacy Management Among Social Media Natives: An Exploratory Study of Facebook and Snapchat. *Social Media and Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119855144>
- Kusuma, R. S. (2017). Penggunaan Internet Oleh Dosen Berdasar Gender Dan Generasi. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v8i1.2935>
- Littlejohn, Stephen W., Karen A Foss, J. G. O. (2017). *Theories of Human Communication-*

11 Edition.

- Liu, Z., & Wang, X. (2018). How to regulate individuals' privacy boundaries on social network sites: A cross-cultural comparison. *Information and Management*, 55(8), 1005–1023. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.05.006>
- McKenna-Buchanan, T., Munz, S., & Rudnick, J. (2015). To Be or Not To Be Out in the Classroom: Exploring Communication Privacy Management Strategies of Lesbian, Gay, and Queer College Teachers. *Communication Education*, 64(3), 280–300. <https://doi.org/10.1080/03634523.2015.1014385>
- Nardis, Y., & Panek, E. (2019). Explaining Privacy Control on Instagram and Twitter: The Roles of Narcissism and Self-Esteem. *Communication Research Reports*, 36(1), 24–34. <https://doi.org/10.1080/08824096.2018.1555522>
- Petronio, S. (2002). *boundaries of privacy : dialectics of disclosure*. NY : State University of New York Press.
- Pitkänen, O., & Tuunainen, V. K. (2012). Disclosing Personal Data Socially — An Empirical Study on Facebook Users' Privacy Awareness. *Journal of Information Privacy and Security*, 8(1), 3–29. <https://doi.org/10.1080/15536548.2012.11082759>
- Serafinelli, E. S., Cox, A. C., Serafinelli, E., & Cox, A. (2019). ' Privacy does not interest me '. A comparative analysis of photo sharing on Instagram and Blipfoto ' Privacy does not interest me '. A comparative analysis of photo sharing on Instagram and Blipfoto. *Visual Studies*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2019.1621194>
- Stec, C. (2015). *Social Media Definitions: The Ultimate Glossary of Terms You Should Know*. <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>
- Theipel, K. (2015). Understanding Adolescence; Late Adolescence/Young Adulthood. *State Adolescent Health Resource Center*, 1–2.
- Walther, J. B., Heide, B. Van Der, Ramirez, A., Burgoon, J. K., & Peña, J. (2015). *Communication CO*.
- Zabihzadeh, A., Mazaheri, M. A., Hatami, J., Nikfarjam, M. R., Panaghi, L., & Davoodi, T. (2019). Cultural differences in conceptual representation of "Privacy": A comparison between Iran and the United States. *Journal of Social Psychology*, 159(4), 357–370. <https://doi.org/10.1080/00224545.2018.1493676>

